

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu produsen kakao penting di dunia, namun kontribusinya dalam perdagangan global cenderung mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Data The International Cocoa Organization (ICCO) menunjukkan bahwa produksi kakao Indonesia pada tahun 2025 diperkirakan mencapai sekitar 200.000 ton per tahun, menempatkan Indonesia sebagai produsen kakao terbesar ketujuh di dunia. Meskipun demikian, Indonesia masih melakukan impor kakao untuk memenuhi kebutuhan industri pengolahan domestik, yang menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara produksi bahan baku dan kebutuhan industri hilir.

Secara nasional, sektor kakao memiliki peranan strategis dalam perekonomian karena berkontribusi terhadap devisa negara, penciptaan lapangan kerja, serta menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat pedesaan (Idrus et al., 2024). Sebagian besar produksi kakao di Indonesia berasal dari perkebunan rakyat, sehingga kinerja subsektor ini sangat menentukan tingkat kesejahteraan petani (Kementerian Pertanian, 2022). Namun demikian, data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa produktivitas kakao nasional cenderung mengalami fluktuasi dan relatif rendah dibandingkan potensi optimal tanaman kakao. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan produksi dan kualitas kakao nasional masih menghadapi berbagai kendala, baik dari sisi budidaya maupun pengelolaan pascapanen.

Sektor perkebunan secara umum memiliki arti penting dalam pembangunan ekonomi Masyarakat (Safitri et al., 2024). Kegiatan perkebunan tidak hanya mencakup proses budidaya, tetapi juga pengolahan dan pemasaran hasil yang didukung oleh pemanfaatan ilmu pengetahuan, teknologi, permodalan, dan manajemen untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha dan masyarakat luas (Purba et al., 2023; Widodo & Mahagiyani, 2022). Sehingga, kakao menjadi salah satu komoditas perkebunan unggulan yang memiliki potensi ekonomi tinggi untuk dikembangkan secara berkelanjutan (Anwar et al., 2022). Namun demikian, data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa produktivitas kakao nasional masih relatif rendah dan cenderung berfluktuasi dibandingkan dengan potensi optimal tanaman kakao.

Provinsi Sulawesi Selatan, yang terletak di Indonesia Timur, berfungsi sebagai pusat dan pintu keluar masuk barang yang menghubungkan kawasan ini dengan pulau-pulau besar lain di Indonesia (Zulaihah et al., 2025). Sebagai salah satu sentra perkebunan kakao rakyat, Sulawesi Selatan memberikan kontribusi signifikan terhadap produksi kakao nasional setelah Sulawesi Tengah dan Sulawesi Tenggara.

Kakao di Provinsi Sulawesi Selatan tersebar di berbagai kabupaten, salah satunya Kabupaten Soppeng. Kabupaten ini merupakan salah satu sentra produksi kakao yang memiliki peran strategis dalam mendukung produksi kakao daerah maupun nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Soppeng (2023), luas areal tanaman kakao mencapai lebih dari 12.000 hektare dengan ribuan

petani yang menggantungkan penghasilannya dari komoditas kakao. Kakao menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat pedesaan karena memiliki nilai jual yang relatif stabil serta permintaan pasar yang cukup tinggi, baik di pasar domestik maupun internasional.

Namun demikian, besarnya potensi produksi kakao di Kabupaten Soppeng belum sepenuhnya diikuti dengan peningkatan kesejahteraan petani. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah rendahnya efisiensi dalam sistem rantai nilai kakao, yang berdampak pada minimnya nilai tambah yang diterima petani sebagai produsen utama (Moinina et al., 2023). Distribusi nilai tambah dalam rantai pasok cenderung tidak merata, di mana pelaku di tingkat hilir, seperti pedagang besar dan eksportir, memperoleh keuntungan yang lebih besar dibandingkan petani (Aslan et al., 2020).

Selain itu, banyak petani masih menjual biji kakao tanpa proses fermentasi, sehingga kualitas dan harga jualnya lebih rendah dibandingkan kakao terfermentasi. Kondisi ini dipengaruhi oleh keterbatasan akses petani terhadap teknologi pascapanen, seperti fermentasi dan pengeringan sesuai standar mutu (Umbarila et al., 2020), serta lemahnya kelembagaan petani. Akibatnya, rantai nilai kakao di Kabupaten Soppeng belum berjalan secara optimal. Arya Bima Senna (2020) menekankan pentingnya pembentukan koperasi petani sebagai wadah pengelolaan hasil panen secara kolektif. Melalui koperasi, produk kakao petani dapat dikoordinasikan berdasarkan standar mutu yang jelas, baik untuk biji kakao basah, biji kakao kering nonfermentasi, maupun biji kakao kering terfermentasi, sehingga harga jual menjadi lebih terkontrol dan transparan.

Kakao merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki peranan penting dalam perekonomian Kabupaten Soppeng, Sulawesi Selatan. Daerah ini dikenal dengan kualitas kakao yang baik, berkat kondisi iklim dan tanah yang mendukung. Adapun produksi kakao di Kabupaten Soppeng sebagai berikut,

Tabel. 1 Produksi dan Luas Areal Kakao di Kabupaten Soppeng Tahun 2019-2023

No	Tahun	Luas Areal (Ribuan Ha)	Produksi (Ribuan Ton)
1	2019	13,6	4.625,09
2	2020	10,5	4.158,15
3	2021	10,7	3.483,11
4	2022	10,7	6.148,82
5	2023	10,9	6.216,74

Sumber: BPS Kabupaten Soppeng, 2024

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Soppeng (2024), produksi kakao dalam empat tahun terakhir mengalami fluktuasi. Pada tahun 2019 tercatat sebanyak 4.625,09 ton, menurun menjadi 4.158,15 ton pada tahun 2020, dan kembali turun menjadi 3.483,11 ton pada tahun 2021. Namun, peningkatan signifikan

terjadi di tahun 2022 dan 2023, masing-masing sebesar 6.148,82 ton dan 6.216,74 ton.

Fluktuasi produksi kakao tersebut disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain perubahan iklim yang mempengaruhi kondisi biofisik tanaman, serta serangan hama dan penyakit (Suh & Molua, 2022). Perubahan iklim dan variabilitas cuaca menjadi tantangan utama bagi petani kakao karena berdampak langsung terhadap produktivitas dan keberlanjutan usaha tani. Idawati et al. (2024), menegaskan bahwa pemahaman serta penerapan strategi adaptasi yang efektif sangat diperlukan untuk meningkatkan ketahanan petani kakao terhadap dampak perubahan iklim.

Selain itu, Serangan hama dan penyakit seperti Penggerek Buah Kakao (PBK), busuk buah, kanker batang, dan Vascular Streak Dieback (VSD) juga berkontribusi terhadap penurunan produksi dan kualitas kakao (Wattimena, 2019; Lea et al., 2022). Rendahnya pemahaman petani mengenai teknik budidaya dan pemeliharaan tanaman memperparah kondisi tersebut, sehingga produktivitas kakao di tingkat petani masih berada di bawah potensi yang seharusnya dapat dicapai.

Di sisi lain, rendahnya mutu biji kakao juga turut memengaruhi harga jual di tingkat petani. Menurut (Tahir et al. 2021), salah satu penyebab utamanya adalah proses pascapanen yang belum sesuai standar. Petani seringkali menjual biji dalam kondisi asalan (non fermentasi), yang menyebabkan nilai jualnya (Praseptiingga et al., 2020). Ketergantungan pada pedagang pengumpul semakin memperlemah posisi tawar petani dalam rantai pasok kakao (Basri et al., 2023). Di Soppeng, mayoritas petani kakao merupakan petani kecil yang menjadikan kakao sebagai sumber pendapatan utama keluarga.

Rendahnya pendapatan dari usaha tani kakao mendorong sebagian petani di Kabupaten Soppeng untuk mencari pekerjaan sampingan. Akibatnya, perhatian dan alokasi waktu untuk pengelolaan kebun kakao menjadi terbatas. Kondisi ini diperburuk oleh volatilitas harga kakao yang cukup tinggi.

Harga kakao di tingkat produsen Indonesia menunjukkan fluktuasi yang tidak menentu namun secara umum cenderung meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Kementerian Pertanian (2025) melaporkan pada tahun 2015, harga kakao non-fermentasi berada pada kisaran Rp22.980/kg, kemudian mengalami perubahan dari tahun ke tahun hingga mencapai Rp72.907/kg pada tahun 2024. Sementara itu, harga kakao fermentasi pada tahun 2015 tercatat sebesar Rp29.094/kg dan meningkat menjadi Rp84.770/kg pada tahun 2024. Perubahan harga tersebut menunjukkan adanya dinamika pasar kakao yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti permintaan pasar, kualitas biji kakao, serta kondisi perdagangan global. Selisih harga antara kakao fermentasi dan non-fermentasi rata-rata berada pada kisaran Rp4.802/kg yang menunjukkan adanya nilai tambah pada kakao yang melalui proses fermentasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan petani kakao di Kabupaten Soppeng pada Mei 2025, harga kakao biji kering mencapai sekitar Rp110.000/kg dengan kadar air berkisar 7–8%, sedangkan harga kakao biji basah berada pada kisaran Rp70.000–Rp90.000/kg dengan kadar air sekitar 15%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa harga kakao yang diterima petani cenderung berfluktuasi dan tidak selalu stabil, sehingga dapat mempengaruhi tingkat pendapatan petani kakao.

Secara keseluruhan, rantai nilai kakao di Kabupaten Soppeng masih menghadapi berbagai permasalahan, mulai dari tahap budidaya, pemeliharaan, panen dan pascapanen, hingga pengolahan dan pemasaran. Sebagian besar petani masih menerapkan metode budidaya tradisional dan memiliki akses terbatas terhadap teknologi modern, yang berdampak pada rendahnya produktivitas dan kualitas kakao. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas dan pengetahuan petani menjadi faktor kunci dalam upaya memperbaiki sistem produksi dan kualitas hasil kakao (Calystania et al., 2022).

Permasalahan kakao di Kabupaten Soppeng tidak hanya berkaitan dengan aspek produksi, tetapi juga dengan struktur dan kinerja rantai nilai yang mencakup aliran produk, harga, dan informasi dari hulu hingga hilir. Panjangnya rantai pasok, tingginya biaya produksi dan distribusi, serta lemahnya akses informasi pasar menyebabkan efisiensi sistem pemasaran kakao menjadi rendah (Deperiky et al., 2021). Kondisi ini menunjukkan pentingnya kajian yang lebih mendalam terhadap rantai nilai kakao sebagai dasar perbaikan sistem agribisnis kakao di daerah tersebut.

Analisis rantai nilai merupakan pendekatan yang dapat digunakan untuk memahami keterkaitan antar pelaku dalam proses penciptaan nilai suatu produk (Prabowo et al., 2020). Konsep rantai nilai menjelaskan bahwa nilai suatu produk terbentuk melalui serangkaian aktivitas yang saling berhubungan, mulai dari penyediaan input, proses produksi, pascapanen, hingga pemasaran (Porter, 1988). Melalui analisis rantai nilai, dapat diidentifikasi aktivitas para pelaku, aliran produk, harga, dan informasi, serta tingkat efisiensi pemasaran dalam sistem agribisnis kakao.

Metode rantai nilai (*Value Chain*) dari Porter juga digunakan oleh Rheza dan Karlinda (2013). Melalui penelitian ini diketahui permasalahan yang terdapat dalam rantai nilai diantaranya yaitu dari sisi petani masih kurang kesadaran dalam menjual biji kakao yang sudah memiliki standar kekeringan tertentu. Masih banyak petani yang menjual biji kakao dengan pengeringan asalan. Selain itu, masih belum ada regulasi khusus yang mengatur tentang produksi kakao atau standar biji kakao yang diterapkan oleh pemda Soppeng. Belum ada akses pasar langsung bagi petani kakao di Soppeng. Pemasaran masih bergantung pada pedagang pengumpul. Belum ada pabrik pengolahan yang langsung membuka akses atau langsung ke petani.

Rantai nilai dimulai dari ketersediaan faktor produksi seperti benih, pupuk, lahan dan tenaga kerja. Faktor produksi saling terkait dan berkontribusi pada efisiensi produksi kakao, yang dapat meningkatkan pendapatan petani, (Effendy et al., 2019). Penelitian (Thifany et al., 2020) menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan pupuk, klon unggul, serangan hama dan penyakit serta tenaga kerja mempengaruhi produktivitas.

Tahap berikutnya adalah produksi kakao oleh petani, yang menjadi titik awal aliran produk dan informasi dalam sistem rantai pasok. Menurut (Amananti, 2024), keberhasilan tahap produksi sangat dipengaruhi oleh penerapan teknik budidaya yang tepat, pengendalian hama terpadu, serta peremajaan tanaman yang sudah tua. Di Sulawesi Selatan, penelitian Aslan *et. al.* (2020) menemukan bahwa produktivitas

kakao rata-rata hanya mencapai 0,7–0,8 ton/ha/tahun, jauh di bawah potensi varietas unggul yang dapat mencapai 2 ton/ha/tahun, akibat umur tanaman yang tua dan serangan *Penggerek Buah Kakao* (PBK).

Kotler P dan Keller KL (2009) menyampaikan bahwa rantai pasokan (supply chain) adalah saluran yang lebih panjang yang membentang dari bahan mentah hingga komponen sampai produk akhir yang dihantarkan ke pembeli akhir. Setiap anggota rantai hanya meraih persentase tertentu dari total nilai yang dihasilkan oleh sistem penghantaran nilai rantai pasokan. Untuk memperoleh persentase yang lebih tinggi dari nilai rantai pasokan maka perusahaan akan memperluas bisnisnya ke hulu atau hilir.

Rantai pasokan adalah konsep sistem logistik terintegrasi dalam aktivitas bisnis, mencakup proses penyediaan barang dari bahan baku hingga produk jadi. Dalam rantai pasokan, terdapat tiga jenis aliran yang perlu dikelola. Pertama, aliran produk yang bergerak dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*). Kedua, aliran keuangan yang mengalir dari hilir ke hulu. Ketiga, aliran informasi yang berjalan dua arah, yaitu dari hulu ke hilir dan sebaliknya, (Hadinata & Marianti, 2020).

Pemasaran menurut Kotler (1997) adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran yang efisien adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan mengoptimalkan input tanpa mengurugi kepuasan konsumen.

Efisiensi pemasaran menjadi aspek lain yang dianalisis dalam kerangka ini. Kohls & Uhls (2002) menyatakan bahwa ada dua pendekatan untuk mengukur efisiensi pemasaran, yaitu efisiensi operasional dan efisiensi harga. Analisis efisiensi pemasaran dengan pendekatan operasional diukur dengan margin pemasaran, farmer's share dan rasio keuntungan terhadap biaya Herawati, *et., al.* (2015).

Selain itu, kelembagaan pertanian memiliki peran krusial dalam keberhasilan rantai nilai. Penelitian oleh Yuliana dan Astuti (2022) menyebutkan bahwa peran lembaga pemasaran sangat krusial dalam memperpendek rantai distribusi, meningkatkan nilai tambah, dan mengurangi disparitas harga antar wilayah. Menurut North (1990), kelembagaan mencakup aturan formal dan informal, organisasi petani, serta kemitraan yang mempengaruhi akses terhadap input, teknologi dan pasar. Penelitian Syahyuti (2019) menekankan bahwa kelembagaan yang kuat dapat meningkatkan posisi tawar petani, memperluas akses pembiayaan dan memperbaiki distribusi nilai tambah.

Beberapa penelitian sebelumnya memberikan wawasan penting terkait pengelolaan rantai nilai kakao. Mardisusanto, (2022) dalam penelitiannya di Gunungkidul mengungkapkan bahwa peningkatan pendapatan petani kakao dapat dicapai melalui penguatan kelembagaan petani serta promosi produk kakao fermentasi yang memiliki nilai tambah lebih tinggi. Penelitian Yusdiana et al. (2021) di Bireuen juga menunjukkan bahwa kualitas pascapanen, khususnya proses fermentasi, sangat menentukan nilai jual kakao, sehingga adopsi praktik fermentasi oleh petani dapat meningkatkan margin keuntungan yang diperoleh. Namun

demikian, keterbatasan sarana produksi, peralatan pascapanen, serta pengetahuan teknis petani sering menjadi kendala dalam penerapan praktik tersebut.

Penelitian Bachtiar *et al.*, (2019) menunjukkan bahwa pengolahan kakao lebih lanjut berpotensi meningkatkan nilai tambah produk, tetapi tingginya biaya investasi peralatan menjadi tantangan bagi usaha skala kecil. Sementara itu, Berlian Napitupulu & Benedikta Anna Haulian Siboro (2019) menekankan bahwa peningkatan efisiensi sistem rantai nilai kakao perlu melibatkan seluruh aktor yang terlibat, mulai dari petani, pedagang pengumpul, hingga pedagang besar, sehingga distribusi nilai tambah dapat lebih merata di sepanjang rantai pasok.

Meskipun berbagai penelitian tersebut telah membahas aspek nilai tambah, mutu pascapanen, serta kelembagaan dalam rantai nilai kakao, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek tertentu secara terpisah dan belum mengkaji secara komprehensif struktur serta kinerja rantai nilai kakao pada tingkat wilayah tertentu. Selain itu, penelitian sebelumnya umumnya belum membandingkan secara spesifik perbedaan kinerja rantai nilai antara petani yang terlibat dalam kemitraan pemasaran dan petani yang tidak bermitra, terutama dalam hal distribusi margin, farmer's share, serta aliran produk, harga, dan informasi di sepanjang rantai nilai.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dengan menganalisis rantai nilai kakao di Kabupaten Soppeng secara lebih komprehensif melalui tiga pendekatan utama, yaitu: (1) memetakan aktor serta aliran produk, harga, dan informasi dalam rantai nilai kakao; (2) membandingkan kinerja pemasaran antara petani yang bermitra dan non-mitra; serta (3) mengukur distribusi margin pemasaran dan farmer's share yang diterima oleh petani. Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai struktur dan kinerja rantai nilai kakao di Kabupaten Soppeng serta menghasilkan rekomendasi kebijakan yang lebih tepat untuk meningkatkan efisiensi sistem pemasaran dan kesejahteraan petani kakao.

1.2. Rumusan Masalah

Tantangan yang dihadapi oleh industri kakao di Kabupaten Soppeng termasuk fluktuasi harga pasar, perubahan iklim, dan kurangnya akses terhadap teknologi dan informasi. Pemasaran komoditas pertanian selama ini mempunyai mata rantai nilai yang sangat panjang, mulai dari petani hingga pedagang pengumpul. Sehingga mengakibatkan adanya pergerakan nilai tambah dari setiap rantai pemasaran yang ada.

Untuk memahami lebih jauh mengenai dinamika yang terjadi dalam rantai nilai kakao, serta untuk menemukan solusi terhadap permasalahan yang ada, maka diperlukan analisis yang mendalam terhadap setiap tahapan dalam proses produksi hingga distribusi kakao dari Kabupaten Soppeng ke konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini merumuskan beberapa masalah utama yang perlu dijawab agar dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan menyeluruh terkait rantai nilai kakao di wilayah tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana aktivitas pelaku rantai nilai kakao di Kabupaten Soppeng?
2. Bagaimana pemetaan aliran produk, harga dan informasi dalam rantai nilai kakao di Kabupaten Soppeng?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran rantai nilai kakao di Kabupaten Soppeng?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana aktivitas pelaku rantai nilai kakao di Kabupaten Soppeng
2. Untuk mengetahui bagaimana pemetaan aliran produk, harga dan informasi dalam rantai nilai kakao di Soppeng
3. Untuk mengetahui bagaimana efisiensi pemasaran rantai nilai kakao di Kabupaten Soppeng

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dari seluruh rangkaian kegiatan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dapat memberikan informasi serta masukan secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti, sebagai sarana pengembangan dan peningkatan pengetahuan dan bahan masukan bagi mereka yang berminat meneliti tentang topik-topik yang berkaitan dengan rantai nilai khususnya komoditi kakao.
2. Bagi petani kakao, penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan informasi mengenai rantai nilai yang diperoleh dari usahatani kakao yang dijalankannya, serta nilai tambah dari pelaku rantai nilai.
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan tambahan referensi terutama untuk penyusunan penelitian selanjutnya yang mengacu pada penelitian tentang analisis rantai nilai kakao di Kabupaten Soppeng.
4. Bagi Pemerintah, penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai bahan acuan dalam membuat kebijakan-kebijakan dalam penguatan rantai nilai, analisis rantai pasok dan nilai tambah sehingga mampu menguntungkan semua stakeholder yang terkait.

BAB II METODE PENELITIAN

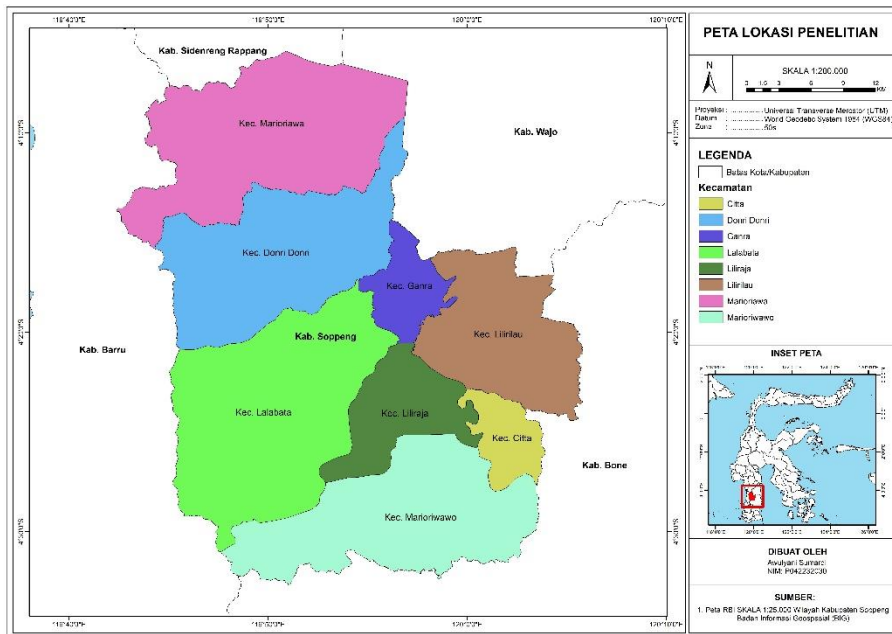
2.1. Kerangka Pemikiran

Kabupaten Soppeng merupakan salah satu kabupaten yang menjadi sentra pengembangan dan penghasil kakao di Sulawesi Selatan. Hampir di setiap wilayah di Kabupaten Soppeng terdapat tanaman ini. Namun, rantai nilai biji kakao di Kabupaten Soppeng dari hulu hingga hilir memiliki peran dan fungsi yang berbeda-beda. Hubungan antar pelaku yang belum terkoordinasi dengan baik dan bersifat informal memberikan dampak pada ketidakselarasan dalam proses penciptaan nilai produk biji kakao. Berbagai permasalahan yang muncul menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh seluruh pelaku yang terlibat dalam rantai nilai produk biji kakao. Produksi biji kakao di Kabupaten Soppeng menghadapi berbagai tantangan, termasuk faktor perubahan cuaca, serangan hama dan penyakit tanaman yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kualitas dan harga yang diterima oleh petani. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang relevan untuk meningkatkan efisiensi rantai nilai, menjaga stabilitas harga, dan memperbaiki kualitas biji kakao yang diterima oleh pengolahan.



Gambar. 1 Kerangka Pemikiran Analisis Rantai Nilai Kakao, 2025

2.2. Lokasi dan Waktu Penelitian



Gambar. 2 Peta Kabupaten Soppeng

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Soppeng, Provinsi Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan salah satu daerah sentra industri kakao di Kabupaten Soppeng. Pengumpulan data telah dilaksanakan pada bulan April sampai Juni 2025.

2.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Dimana data kualitatif berupa data mengenai aktivitas setiap pelaku di dalam rantai nilai yang berbentuk uraian atau penjelasan rinci sebagai hasil jawaban wawancara atau kuesioner dan tercatat dalam dokumentasi yang dapat dianalisis. Sedangkan data yang bersifat kuantitatif seperti harga beli, harga jual, biaya operasional, kapasitas produksi dan besaran margin atau nilai tambah atas fungsi pemasaran yang dilakukan setiap pelaku di dalam rantai nilai.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder dimana:

2.3.1. Data Primer

Data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber asli yang memberikan informasi yang paling relevan dan akurat dengan menggunakan kuesioner Kolkman & Blackburn, (2014). Data primer dalam penelitian ini diperoleh

melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner kepada seluruh pelaku yang berperan penting di dalam proses rantai nilai seperti petani dan pedagang pengumpul.

2.3.2. Data Sekunder

Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber, termasuk dokumen, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs web, dan internet. Selain itu, peneliti juga dapat menggunakan referensi buku, jurnal, dan internet untuk mendapatkan data sekunder yang diperlukan Ariyaningsih et al., (2023); Kurniawati et al., (2022).

Adapun data sekunder di dalam penelitian ini diperoleh dari literatur yang relevan serta instansi terkait seperti yang diperoleh dari Badan Pangan Nasional, Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan, dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Soppeng.

2.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dalam 2 tahap yaitu dengan melakukan wawancara dan Dokumentasi.

1. Wawancara/kuesioner yaitu dimana peneliti melakukan wawancara langsung kepada sampel yang terpilih bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi yang digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian.
2. Dokumentasi yaitu metode pengambilan data yang dikenal sebagai dokumentasi melibatkan peristiwa atau situasi di lokasi penelitian baik bentuk gambar atau foto untuk digunakan sebagai pendukung Ardiyansi et al., (2024).

2.5. Teknik Penentuan Informan

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Amin et al., (2023). Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan karakteristik populasi, dengan tujuan pengambilan sampel untuk menghemat waktu dan sumber daya yang efisien Priadana & Sunarsi, (2021). Adapun populasi dalam penelitian ini mencakup petani kakao dan pedagang pengumpul.

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan secara kombinitif menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilih pelaku utama dalam rantai nilai kakao di Kabupaten Soppeng, seperti petani, pengepul, dan pelaku usaha pengolahan, berdasarkan keterlibatan langsung dan relevansi peran mereka dalam sistem rantai nilai Sugiyono, (2020). Selanjutnya, *snowball sampling* digunakan untuk menjangkau pelaku lain yang sulit diidentifikasi secara formal, dengan bantuan responden awal yang merekomendasikan responden berikutnya dalam jaringan sosial mereka Naderifar et al., (2017). Menurut Sahir, (2021) *snowball sampling* merupakan teknik penentuan informan yang mula-mula berjumlah kecil kemudian

membesar. Kombinasi kedua teknik ini dinilai efektif untuk studi eksploratif yang melibatkan pelaku informal dan tersebar. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian dimulai dari sumber awal yang diakses dalam hal ini Dinas Pertanian untuk menemukan informan selanjutnya yang dianggap memiliki pengetahuan atau posisi yang relevan dalam hal ini direkomendasikan perusahaan pengolah kakao (*Barry Callebaut*) sebanyak tiga (3) orang yang menjadi informan, kemudian informan tersebut memberikan informasi mengenai Pengepul yang telah bekerja sama sebanyak 2 informan. Wawancara ini dilakukan secara tatap muka dan tanya jawab menggunakan instrumen berupa pedoman wawancara yang telah dibuat penulis, sehingga dapat diperoleh data diri, data mengenai peranan, pengaruh dan kepentingan serta hubungan masing-masing informan yang terlibat dalam rantai nilai kakao.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teknik purposive sampling, cara ini dilakukan atas dasar pertimbangan tertentu Sahir, (2021). Teknik ini digunakan karena sampel dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Purposive sampling pada penelitian ini digunakan untuk menentukan jumlah petani yang terlibat dalam rantai nilai kakao di Kabupaten Soppeng. Hal ini disebabkan karena jumlah petani yang cukup banyak dan juga memiliki kriteria tertentu yang serupa sehingga penentuan responden dilakukan secara sengaja. Secara keseluruhan, responden dalam penelitian ini terdiri dari petani kakao sebanyak 15 orang dan pedagang pengumpul sebanyak 6 orang.

Penentuan jumlah informan dalam penelitian ini tidak didasarkan pada jumlah tertentu, melainkan pada prinsip kejenuhan data (*data saturation*). Pengumpulan data dihentikan ketika informasi yang diperoleh dari informan tambahan tidak lagi menghasilkan tema atau informasi baru, dan jawaban yang diberikan cenderung berulang. Dengan demikian, jumlah informan yang digunakan dalam penelitian ini dianggap telah memadai untuk menjelaskan fenomena yang diteliti.

2.6. Metode Analisis

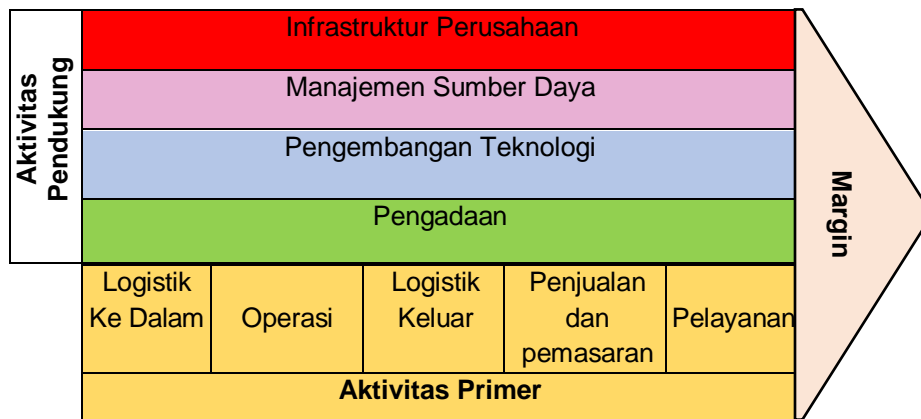
2.6.1. Aktivitas Rantai Nilai

Rantai nilai adalah serangkaian aktivitas untuk menghasilkan nilai pada suatu produk baik dari sisi harga yang tinggi dan juga kualitas baik. Selain itu, rantai nilai dapat digunakan untuk menjelaskan beberapa isu terkait permasalahan dalam organisasi dan koordinasi serta strategi yang digunakan dalam menjaga hubungan kerjasama (DFID 2008). Rantai nilai ini terbentuk karena perubahan kegiatan produksi yang menjadi lebih kompleks dan heterogen yang terjadi tidak hanya membahas kegiatan di dalam atau antar sektor (pelaku) tapi juga di tingkat lokal maupun nasional Kaplinsky & Morris, (2000).

Pendekatan Kerangka (New & Free, 2003) digunakan untuk menjelaskan bagaimana perusahaan menentukan posisinya di pasar dan hubungannya dengan pihak lain, seperti pemasok, pembeli, dan pesaing. Untuk menentukan keunggulan kompetitif, tidak cukup hanya dengan mengidentifikasi perusahaan, tetapi perlu membedakan antara kegiatan utama dan pendukung.

Porter membagi kekuatan perusahaan (pelaku bisnis) menjadi lima faktor utama: kekuatan pemasok, kekuatan pembeli, persaingan kompetitif, ancaman substitusi, dan ancaman dari pesaing baru. Selain itu, analisis rantai nilai dibagi menjadi empat elemen: hubungan kegiatan dalam dan sekitar organisasi terkait kekuatan kompetitif, evaluasi kegiatan yang menghasilkan produk atau jasa untuk meningkatkan nilainya, sistem yang mengelola organisasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dan kemampuan mengelola hubungan antar kegiatan sebagai keunggulan kompetitif perusahaan.

Kerangka pemikiran Porter untuk perusahaan atau pelaku agar dapat menghasilkan sumberdaya yang kompetitif. Dengan membagi aktifitas rantai nilai menjadi 2 (dua) yaitu aktivitas primer dan pendukung dimana aktivitas ini akan menunjukkan margin yang diperoleh perusahaan atau pelaku dapat dilihat pada Gambar 3



Gambar. 3 Rantai nilai (Porter 1985)

Aktivitas primer meliputi semua kegiatan yang langsung terlibat dalam penciptaan produk fisik, penjualan, dan distribusinya kepada konsumen. Aktivitas ini dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu:

1. Logistik masuk, mengatur pergerakan masuknya bahan, mulai dari penerimaan, penyimpanan, dan distribusi bahan baku.
2. Operasi, berkaitan dengan mengelola proses yang mengubah input (dalam bentuk bahan baku, tenaga kerja dan energi) menjadi output (dalam bentuk barang atau jasa).
3. Logistik keluar, proses yang berkaitan dengan penyimpanan, pengumpulan, dan distribusi produk kepada pembeli.
4. Penjualan dan pemasaran, menjual produk atau layanan dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, mitra dan masyarakat pada umumnya.
5. Pelayanan, yang berfokus pada penyediaan layanan untuk meningkatkan dan mempertahankan nilai produk.

Aktivitas pendukung adalah seluruh aktivitas yang secara tidak langsung memengaruhi proses penciptaan fisik produk, dan sebagai pendukung dalam memberi masukan pada inovasi yang dilakukan. Selain itu, Gambar 3 menunjukkan bahwa aktivitas pendukung dapat dihubungkan dengan aktivitas-aktivitas utama yang ada. Kegiatan dari aktivitas pendukung terdiri atas 4 (empat) komponen, yaitu:

1. Pengadaan adalah kegiatan yang mendukung aktivitas utama, seperti pengadaan bahan baku, bahan pendukung, serta aset perusahaan seperti mesin dan peralatan lainnya.
2. Pengembangan teknologi, berkaitan dengan peralatan, perangkat keras, perangkat lunak, dan pengetahuan teknis dalam transformasi input-output
3. Manajemen sumber daya manusia mencakup kegiatan perekrutan, pelatihan, pengembangan, dan pemberian kompensasi kepada karyawan yang berdampak pada keunggulan kompetitif perusahaan.
4. Infrastruktur perusahaan meliputi aktivitas perencanaan, keuangan, urusan hukum, pemerintahan, dan manajemen mutu.

2.6.2. Pemetaan Rantai Nilai

Proses pemetaan (*mapping*) dalam rantai nilai memberikan gambaran umum mengenai keseluruhan aktivitas para pelaku dalam menghasilkan suatu produk. Adapun pemetaan dalam rantai nilai kakao melibatkan identifikasi dan analisis berbagai tahapan yang dilalui oleh produk kakao mulai dari budidaya hingga pemasaran.

Menurut Negara *et al.* (2017) tahapan pemetaan rantai nilai mempunyai 3 macam aliran, yaitu:

1. Aliran Produk

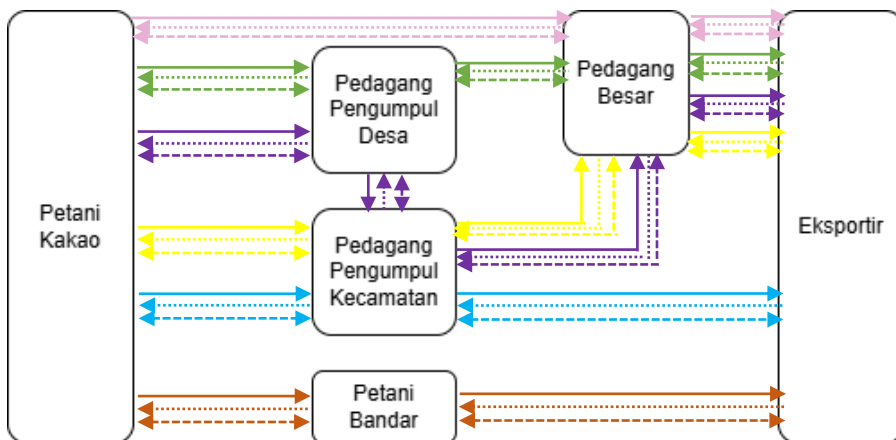
Produk utama dalam rantai nilai ini adalah biji kakao, yang diterima oleh unit pembelian dengan beragam perlakuan dan kualitas. Alur distribusi biji kakao dimulai dari petani, yang memanen buah kakao gelondongan langsung dari kebun. Proses pengolahan oleh petani meliputi sortasi, pemeraman, pemecahan buah, fermentasi, pembersihan pulp, hingga pengeringan. Pemecahan buah sebaiknya menggunakan pemukul kayu, karena penggunaan pisau tidak disarankan akibat risiko kerusakan biji. Kerusakan biji segar akibat potongan pisau dapat meningkatkan risiko serangan jamur.

2. Aliran Keuangan/finansial

Aliran finansial dalam rantai nilai ini berupa pembayaran atas penjualan biji kakao, yang digunakan sebagai modal untuk melanjutkan produksi, membentuk siklus berkelanjutan. Aliran ini dimulai dari unit pembelian biji kakao hingga ke petani. Unit pembelian biasanya membayar biji kakao secara non-tunai melalui transfer bank setelah transaksi selesai. Hubungan erat antara petani, pedagang pengumpul kecil, dan pedagang pengumpul besar memungkinkan variasi metode pembayaran, termasuk pembayaran tunai, pembayaran di muka, atau pembayaran sebagian.

3. Aliran Informasi

Aliran informasi memegang peran penting dalam kelancaran aliran produk dan finansial dalam rantai nilai biji kakao. Komunikasi yang terjalin bertujuan untuk menjaga kepercayaan antaranggota rantai pasok. Transparansi informasi yang konsisten membantu mencegah konflik dan mendukung kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Informasi yang disampaikan mencakup harga, kualitas, pasar, dan aspek lainnya, dengan aliran yang bersifat timbal balik antara petani kakao hingga pedagang besar, dan sebaliknya. Contoh dari ketiga aliran tersebut, dapat dilihat pada gambar 4



Gambar. 4 Contoh Aliran Produk, Aliran Harga dan Aliran Informasi
Sumber: Herawati, A. R., & Tinaprilla, N. (2015)

2.6.3. Analisis Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran terbagi menjadi tiga jenis: efisiensi harga, efisiensi operasional, dan efisiensi relatif. Penelitian pada komoditas kakao ini akan menggunakan analisis operasional melalui perhitungan volume penjualan, margin pemasaran, dan farmer's share. Menurut Purcell (1979) serta Kohls dan Uhl (2002), pemasaran yang efisien adalah proses yang memastikan kontribusi merata dari petani hingga lembaga pemasaran, sehingga tercapai distribusi keuntungan yang adil bagi semua pihak yang terlibat.

1. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih harga yang berlaku atau diterima oleh petani produsen dengan harga yang diterima oleh konsumen akhir. Besarnya margin pemasaran merupakan jumlah dari biaya-biaya pemasaran dan keuntungan yang diperoleh dari lembaga terkait. Secara matematis, penghitungan margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut: (Asmarantaka, 2014)

$$MT = Pr - Pf = Ci + \pi_i = \sum M_i$$

Dimana:

MT = Marjin pemasaran total

Pr = Harga di tingkat konsumen akhir

Pf = Harga di tingkat petani produsen

Mi = Marjin pemasaran tingkat ke-i

Ci = Biaya lembaga pemasaran tingkat ke-i

Π_i = Keuntungan tingkat ke-i

Perhitungan marjin pemasaran total juga dapat dilakukan dengan menggunakan persentase. Marjin pemasaran persentase biasanya akan digunakan dalam menentukan tingkat efisiensi pemasaran, hal ini dikarenakan marjin persentase lebih mudah untuk dibandingkan. Adapun rumus marjin pemasaran persentase yaitu:

$$MT = \frac{Pr - Pf}{Pr} \times 100\%$$

2. Farmer's Share

Untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani dari harga di tingkat konsumen, dilakukan dengan analisis *farmer's share* (FS). Hasil besar maupun kecilnya farmer's share berbanding terbalik dengan margin pemasaran jika margin pemasaran semakin besar maka farmer's share petani akan semakin kecil dan sebaliknya, dan dapat dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus berikut (Oksalia et al., 2023).

$$F's = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Dimana:

F's : Persentase bagian yang diterima petani (*Farmer's share*)

Pf : harga ditingkat petani (produsen)

Pr : harga ditingkat konsumen akhir

Harga di tingkat produsen (Pf) adalah harga yang diterima oleh petani, sedangkan harga konsumen akhir (Pr) mencerminkan nilai jual produk di pasar. Persentase farmer's share dipengaruhi oleh jenis dan volume produksi serta besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan. (Kohls & Uhl, 2002).

Dalam penelitian ini, variable Pr merujuk pada harga ditingkat pedagang pengepul, karena analisis rantai nilai kakao di lokasi penelitian hanya mencakup hingga pelaku pemasaran tersebut. Oleh karena itu, nilai farmer's share yang diperoleh menggambarkan proporsi harga yang diterima petani terhadap harga di tingkat pedagang pengepul, bukan terhadap harga konsumen akhir atau industri pengolahan. Pendekatan ini umum digunakan dalam analisis rantai pemasaran komoditas pertanian ketika harga pada tingkat konsumen akhir tidak tersedia.

